

Certificat Avancé

Stratégie et Campagne Électorale





Certificat Avancé

Stratégie et Campagne Électorale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-strategie-campagne-electorale

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 24

06

Diplôme

page 32

01

Présentation

Pour les journalistes qui travaillent dans le domaine de la Communication Politique, il est crucial d'avoir une connaissance approfondie de toutes les méthodologies et technique efficaces pour réussir une campagne électorale. En ce sens, le prestigieux plan académique de TECH est un programme intensif qui prépare l'étudiant à faire face aux défis et aux décisions commerciales dans le domaine de la stratégie des campagnes électorales. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel en vous, aidant à réussir.



“

Mettez à jour vos connaissances en matière de stratégies de Communication Politique et améliorez votre profil professionnel”

Le contenu du Certificat Avancé en Stratégie et Campagne Électorale est conçu pour favoriser le développement de compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours de cette formation, les journalistes analysent une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Certificat Avancé aborde en profondeur les stratégies de communication pour une bonne campagne électorale et est conçu pour former de véritables communicateurs qui comprennent le monde politique d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour obtenir une amélioration exponentielle de l'étudiant, centré sur l'excellence dans sa pratique professionnelle et qui le prépare à réussir dans sa pratique quotidienne dans le domaine de la communication et du Marketing Politique. Un programme qui comprend les besoins académiques des professionnels et fournit un contenu innovant basé sur les dernières tendances, soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps enseignant exceptionnel. Un cocktail parfait qui donnera aux étudiants les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce **Certificat Avancé en Stratégie et Campagne Électorale** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel sur la scène universitaire. Les caractéristiques les plus remarquables de la formation sont:

- ♦ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Journalisme et Communication Politique
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les nouveautés sur la Communication Politique
- ♦ Les exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation se réalise afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Son accent particulier sur les méthodologies innovantes dans le Journalisme et la Communication Politique
- ♦ Un système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision sur les situations basées en Journalisme et Communication
- ♦ Les cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Vous apprendrez auprès des meilleurs professionnels du secteur et acquerrez une série de compétences qui augmenteront la valeur de votre CV"

“

Un programme conçu pour vous, centré sur vos besoins et conçu pour l'excellence académique"

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du journalisme et de la communication, qui apportent leur expérience professionnelle à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est centrée sur l'apprentissage par les problèmes, grâce auquel l'étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus et expérimentés dans le domaine du Journalisme Judiciaire.

Vous deviendrez un véritable expert en Stratégies et Campagnes Électorales en suivant ce Certificat Avancé de TECH.

Apprenez à établir des stratégies de la campagne électorale efficaces grâce à ce Certificat Avancé que TECH met entre vos mains.



02 Objectifs

L'objectif principal de TECH en concevant ce programme académique est de former des professionnels du Journalisme afin qu'ils puissent développer des compétences importantes dans le domaine de la stratégie de communication pour les campagnes électorales. Cet objectif repose sur la fourniture d'un excellent matériel pédagogique qui offre aux étudiants l'élan dont ils ont besoin pour se positionner avec succès dans ce secteur.



“

Ne manquez pas cette grande opportunité éducative et devenez un professionnel accompli de la Communication Politique. Vous entrerez dans un secteur en plein essor”



Objectifs généraux

- ♦ Connaître les principes fondamentaux du *Management*, de la Stratégie, du Marketing et de la Communication
- ♦ Comprendre le fonctionnement des institutions et des organisations politiques
- ♦ Comprendre les objectifs et les outils du Marketing et de la Communication Politique
- ♦ Savoir comment appliquer les outils du Marketing et de la communication en fonction du produit politique: programme, parti et candidat
- ♦ Comprendre les étapes et le déroulement d'une campagne politique et électorale



TECH met à votre disposition le contenu le plus récent du secteur avec un seul objectif: vous aider à atteindre tous vos objectifs professionnels"





Objectifs spécifiques

Module 1. Le Marketing Electoral

- ♦ Décrire les composantes du marché électoral et effectuer des recherches
- ♦ Analyser le comportement électoral
- ♦ Décrire les des études d'intention de vote
- ♦ Apprendre à réaliser un diagnostic de campagne électorale, un plan de campagne et à élaborer un produit électoral

Module 2. Le Marketing Électoral

- ♦ Déterminer le plan d'action lors d'une campagne électorale et post-électorale
- ♦ Analyser les différents systèmes électoraux
- ♦ Connaître le fonctionnement des *Data science* et des *Big Data*
- ♦ Connaître le *Coaching Politique*

Module 3. La Campagne Électorale: des outils conventionnels pour l'action

- ♦ Étudier l'innovation politique
- ♦ Étudier les différents aspects de l'électeur à prendre en compte
- ♦ Analyser le *Branding Politique*
- ♦ Décrire les principes fondamentaux du leadership politique et des messages politiques
- ♦ Approfondir la création d'une stratégie de contenu

Module 4. La Campagne Électorale: outils de campagne en ligne

- ♦ Étudier la Communication Électorale
- ♦ Connaître les bureaux de communication et leur fonctionnement
- ♦ Connaître les stratégies de relations publiques
- ♦ Déterminer comment le discours politique est construit
- ♦ Analyser le débat électoral et les rencontres avec l'électorat

03

Direction de la formation

La conception de ce programme académique a été créée par une équipe de professionnels du Journalisme et de la Communication Politique, avec des années d'expérience professionnelle et d'enseignement. Tous, conscients de la nécessité actuelle d'une formation de qualité dans le secteur du Journalisme et de la Communication, ont uni leurs connaissances pour offrir aux étudiants le programme d'études le plus complet du marché, qui lui permettra de se développer dans le domaine de la stratégie de campagne électorale et d'acquérir des compétences professionnelles de premier ordre.





QUE PASE

“

Le meilleur personnel enseignant est dans la meilleure université. Ne laissez pas passer l'opportunité éducative”

Directeur invité international

Avec près de 20 ans d'expérience dans les campagnes politiques au plus haut niveau et plus d'une décennie dans les médias, Jess McIntosh est considérée comme l'une des plus prestigieuses stratèges en communication politique des États-Unis. Ses compétences professionnelles lui ont permis de participer à la course présidentielle de 2016 dans ce pays en tant que Directrice de Communication de la candidate Hillary Clinton.

Outre cette réussite professionnelle, Mme McIntosh a été Directrice Adjointe de Communication de EMILY's List, un comité d'action politique dédié au soutien des candidats démocrates pro-choix à la fonction publique. Elle a également conseillé d'autres organisations cherchant à renforcer leur impact social grâce à des messages percutants et à lutter contre la désinformation.

Parallèlement, elle a été Conseillère auprès d'autres candidats politiques tels que Scott Stringer pour la présidence de l'arrondissement de Manhattan et Michael Bloomberg pour la mairie de New York. Elle a également participé à la campagne d'Al Franken pour le Sénat des États-Unis en tant que Secrétaire et Attachée de Presse de ce dernier. Elle a également été Porte-parole du Parti Démocrate-Farmer-Travailleuse du Minnesota.

Dans le domaine des médias, cette spécialiste renommée a également de nombreuses réalisations à son actif. Elle a travaillé en coulisses et devant la caméra pour des chaînes de télévision et des réseaux d'information câblés dans toute l'Amérique du Nord, notamment CBS, CNN et MSNBC.

Elle a créé, développé et animé des programmes acclamés par la critique dans le domaine des podcasts et de l'audio. Il s'agit notamment de l'émission de radio primée Signal Boost sur SiriusXM, coanimée avec l'analyste politique Zerlina Maxwell. Elle a également écrit sur la politique et le genre dans d'innombrables publications imprimées, dont le Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 et Shondaland, entre autres. Elle est également Éditrice Exécutive de Shareblue Media, un organe d'information américain.



Dña. McIntosh, Jess

- Conseillère Politique et Ancienne Directrice de Communication de la campagne présidentielle d'Hillary Clinton
- Animatrice de l'émission de radio Signal Boost sur SiriusXM, plusieurs fois primée
- Éditrice Exécutive de Shareblue Media
- Analyste Politique sur des chaînes d'information telles que CBS, CNN et MSNBC
- Chroniqueuse pour des magazines tels que le Wall Street Journal, CNN, ELLE, Refinery29 et Shondaland
- Ancienne vice-présidente de EMILY's List
- Ancienne porte-parole du Parti Démocrate-Farmer-Travilliste du Minnesota
- Ancienne Attachée de presse du sénateur Al Franken
- Conseillère Politique pour les candidats aux postes de sénateurs, de maires et de présidents de comtés

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



M. López, Adolfo

- ♦ Directeur de TECH Business School
- ♦ Directeur Technique des Projets et Études de Marché chez Investgroup
- ♦ Gestion au Club d'Innovation de la Région de Valence
- ♦ Licence en Économie et Études Commerciales de l'Université de Valence
- ♦ Diplôme en Marketing à l'ESEM Business School

Professeurs

M. Eskibel, Daniel

- ♦ Psychologue et consultant politique, référence mondiale en matière de psychologie politique

M. Landero Madroñal, Jordi

- ♦ Diplômé en Sciences de l'Information
- ♦ Journaliste

Mme Morcillo, Guadalupe

- ♦ Experte en Communication Politique
- ♦ Doctorat en Philologie Classique
- ♦ Master en Gouvernance, Stratégie et Campagne Électorale et Communication Stratégique

Mme Sanz Campos, Ana

- ♦ *Coaching et Mentorat* exécutif y politique



04

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par une équipe de professionnels du Journalisme et du Marketing Politique qui, conscients de la pertinence de l'actualité de la formation dans ce domaine comme moyen d'approfondir le champ des connaissances, ont conçu un programme très complet spécialement destiné à former les professionnels des Sciences de l'Information aux singularités et caractéristiques du monde de la Communication Politique. Ainsi, à la suite de la formation, l'étudiant sera bien mieux préparé à travailler dans ce domaine de manière plus autonome et compétente.





“

Un contenu de premier ordre, basé sur des cas pratiques qui enseigneront au professionnel à faire face au quotidien dans leur profession”

Module 1. Le Marketing Electoral

- 1.1. Les composantes du marché électoral
 - 1.1.1. Introduction au marché électoral
 - 1.1.2. Listes électorales
 - 1.1.3. L'offre électorale: partis et coalitions
- 1.2. Comportement électoral
 - 1.2.1. Introduction
 - 1.2.2. Tendances du vote
 - 1.2.3. Les motivations du vote
- 1.3. Étude du marché électoral
 - 1.3.1. Contenu de la recherche
 - 1.3.2. Techniques qualitatives
 - 1.3.3. Techniques quantitatives
- 1.4. Études sur l'intention de vote
 - 1.4.1. Études pré-électorales
 - 1.4.2. Sondages à la sortie des bureaux de vote
 - 1.4.3. Estimation des votes
- 1.5. Diagnostic de la situation électorale
 - 1.5.1. Analyse de la demande électorale
 - 1.5.2. Analyse de l'offre des partis
 - 1.5.3. Analyse de l'offre de candidats
- 1.6. Plan de campagne électorale
 - 1.6.1. Introduction
 - 1.6.2. Les étapes de la campagne électorale
 - 1.6.3. Dates limites de la campagne électorale
- 1.7. Produit électoral
 - 1.7.1. Programme électoral
 - 1.7.2. Candidats
 - 1.7.3. Marques politiques
- 1.8. Organisation de la campagne électorale
 - 1.8.1. Comité de campagne électorale
 - 1.8.2. Équipes de travail

- 1.9. Plan d'action de la Campagne Électorale
 - 1.9.1. Actions Personnelles
 - 1.9.2. Actions virtuelles
 - 1.9.3. Actions de publicité électorale
 - 1.9.4. Suivi des actions électorales
- 1.10. Le résultat des élections
 - 1.10.1. Analyse post-électorale
 - 1.10.2. Interprétation des résultats des élections
 - 1.10.3. Conséquences politiques et électorales du résultat

Module 2. Construction de la Stratégie Politique et Électorale

- 2.1. Systèmes électoraux
 - 2.1.1. Cadre réglementaire
 - 2.1.2. réglementation électorale
- 2.2. *Data Science & Big Data*
 - 2.2.1. *Business Intelligence*
 - 2.2.2. Méthodologie et analyse de grands volumes de données
 - 2.2.3. Extraction, traitement et chargement des données
- 2.3. Coaching Politique
 - 2.3.1. Concept de Coaching
 - 2.3.2. Methodologies de Coaching Politique
 - 2.3.3. Avantages du Coaching Politique
- 2.4. Innovation politique
 - 2.4.1. Les avantages de l'innovation
 - 2.4.2. Sources de génération d'idées
 - 2.4.3. Idées et supports innovants
- 2.5. Comportement des électeurs
 - 2.5.1. Traitement de l'information politique
 - 2.5.2. Évaluation des messages
 - 2.7.3. Modèles de décision par vote
 - 2.5.4. Temps de décision des votes

- 2.6. Segmentation des électeurs
 - 2.6.1. Caractéristiques des électeurs
 - 2.6.2. Les électeurs mobilisés: des électeurs loyaux et volatiles
 - 2.6.3. Targeting et Microtargeting
 - 2.7. *Branding* Politique
 - 2.7.1. Ciblage et micro-ciblage
 - 2.7.2. L'image de marque politique
 - 2.7.3. Marque politique et marque du candidat
 - 2.8. Importance de la marque politique
 - 2.8.1. Définition
 - 2.8.2. Les styles de leadership en politique
 - 2.8.3. Positionnement du candidat
 - 2.9. Messages politiques
 - 2.9.1. Le processus créatif dans les Campagnes Électorales
 - 2.9.2. Message central: positionnement de l'organisation
 - 2.9.3. Messages tactiques: positifs et négatifs
 - 2.10. Stratégies de contenu et *Storytelling*
 - 2.10.1. *Blogging Corporative*
 - 2.10.2. Stratégie de marketing de contenu
 - 2.10.3. Création d'un plan de contenus
 - 2.10.4. Stratégie de curation de contenus
- Module 3. La Campagnes Électorales: Outils de Performances Conventionnelles**
- 3.1. Communication électorale
 - 3.1.1. L'image dans les campagnes électorales
 - 3.1.2. Publicité politique
 - 3.1.3. Plan de Communication Électorale
 - 3.1.4. Audits de Communication Électorale
 - 3.2. Bureaux de communication
 - 3.2.1. Identification des possibilités et des besoins d'information
 - 3.2.2. Gestion des rapports et des entretiens avec les porte-paroles
 - 3.2.3. *Press-room* Virtuel et E-Communication
 - 3.2.4. Achat d'espaces publicitaires
 - 3.3. Relations publiques
 - 3.3.1. Stratégie et pratique des RP
 - 3.3.2. Règles de protocole et de cérémonie
 - 3.3.3. Organisation de manifestations et gestion créative
 - 3.4. Le discours politique
 - 3.4.1. Structure narrative
 - 3.4.2. Récit basé sur la PNL
 - 3.4.3. Prise de parole politique en public
 - 3.5. Débats électoraux
 - 3.5.1. Préparation: sujets, discours et répliques
 - 3.5.2. L'image du candidat
 - 3.5.3. Communication verbale et non verbale
 - 3.6. Réunions avec les électeurs
 - 3.6.1. *Meeting* Central de Campagne
 - 3.6.2. Événements sectoriels
 - 3.6.3. Réunions segmentées
 - 3.7. Publicité électorale: campagnes à 360
 - 3.7.1. *Claim* centrale et complémentaire de campagne
 - 3.7.2. Photos et vidéos des élections
 - 3.7.3. Moyens de diffusion
 - 3.8. Logistique de la campagne
 - 3.8.1. Organisation d'événements
 - 3.8.2. Distribution physique du contenu
 - 3.8.3. Les ressources humaines dans la logistique électorale
 - 3.9. Propagande et *Merchandising* électorale
 - 3.9.1. Publicités institutionnelles
 - 3.9.2. Mailing électorale
 - 3.9.3. Matériel cadeau
 - 3.10. Collecte et gestion des fonds des campagnes
 - 3.10.1. Arguments pour la collecte de fonds
 - 3.10.2. Activités de collecte de fonds
 - 3.10.3. Plateformes de *crowdfunding*
 - 3.10.4. Gestion de fonds éthiques

Module 4. La Campagnes Électorales: Outils de Performance en ligne

- 4.1. Plateformes de Médias Sociaux
 - 4.1.1. Plateformes généralistes, professionnelles et *microblogging*
 - 4.1.2. Plateformes vidéo, image et mobilité
- 4.2. Stratégies des Médias Sociaux
 - 4.2.1. Relations publiques d'entreprise et social media
 - 4.2.2. Définition de la stratégie à suivre dans chaque média
 - 4.2.3. Analyse et évaluation des résultats
- 4.3. Web Social
 - 4.3.1. L'organisation à l'ère de la conversation
 - 4.3.2. Le Web 2.0, c'est les gens
 - 4.3.3. Environnement digital et nouveaux formats de communication
- 4.4. Développement de campagnes d' *Emailing*
 - 4.4.1. Listes d'abonnés, de prospects et de clients
 - 4.4.2. Outils et ressources dans l' Email Marketing
 - 4.4.3. Rédaction en ligne pour les campagnes d' Email Marketing
- 4.5. Mobile Marketing
 - 4.5.1. Nouvelles habitudes de consommation et mobilité
 - 4.5.2. Modèle SoLoMo
 - 4.5.3. Las 4 Ps du Marketing Mix en matière de mobilité
- 4.6. Tendances du marketing mobile
 - 4.6.1. *Mobile Publishing*
 - 4.6.2. *Advergaming y Gammification*
 - 4.6.3. Geolocalisation *Mobile*
 - 4.6.4. Réalité augmentée
- 4.7. La contre-communication: *Fake News*
 - 4.7.1. Les cibles des fake news dans les campagnes électorales
 - 4.7.2. Création de fake news
 - 4.7.3. Diffusion de fausses nouvelles
 - 4.7.4. Législation sur les fake news
- 4.8. Inbound Marketing Politique
 - 4.8.1. Fonctionnement du Inbound Marketing Politique
 - 4.8.2. Attirer le trafic vers les marques politiques
 - 4.8.3. Marketing de contenu
 - 4.8.4. Conversion des prospects aux électeurs ou aux votants
- 4.9. Analyses web
 - 4.9.1. Les bases de l'analyse web
 - 4.9.2. Moyens classiques vs. moyens digitaux
 - 4.9.3. Méthodologie de base de l'analyste web
- 4.10. Métriques digitales
 - 4.10.1. Métriques classiques
 - 4.10.2. Ratios
 - 4.10.3. Établissement d'objectifs et KPI



Un programme académique de premier ordre conçu pour les meilleurs étudiants comme vous"



05

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“

Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

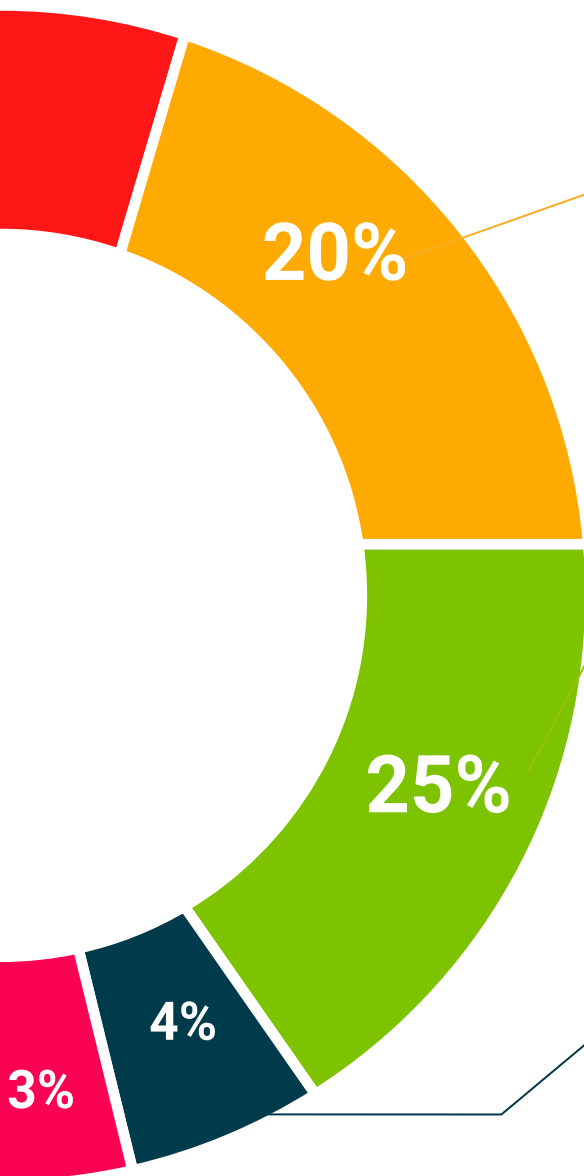
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en conception de Jeux vidéos vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre certificat sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Certificat Avancé en Stratégie et Campagne Électorale** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par TECH Université Technologique indiquera la note obtenue lors du Certificat, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Stratégie et Campagne Électorale**

N.º d'Heures Officielles: **600 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé
Stratégie et Campagne
Électorale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Stratégie et Campagne Électorale